

ATLANPACK INFOS

N°11

LA LETTRE D'INFORMATION DU PÔLE EMBALLAGE
RÉGION AQUITAINE LIMOUSIN POITOU-CHARENTES

LA VIE DES ENTREPRISES

OC REGROUPEMENT DÉMÉNAGE ...

OC Regroupement est installé depuis le 1^{er} juin dans un bâtiment neuf à Saint Yriex.

Un déménagement qui marque le développement d'activités de la société. OC Regroupement complètera son métier de photogreveur par une activité maquettes/prototypage à partir du 1^{er} janvier 2017.

Nouvelle adresse :

1 Impasse du Mas Prolongée - ZE de l'Épineuil
16710 SAINT YRIEX SUR CHARENTE

Contacts :

Olivier Trillaud : o.trillaud@ocregroupement.eu
Christophe RIDET : c.ridet@ocregroupement.eu
Tel : 05 45 61 66 72 - www.ocregroupement.eu



MAUCO ACHÈTE CARTEX

Mauco, société familiale bordelaise, 49 ans d'existence, 110 salariés, implantée à Peujard en Gironde, spécialisée dans l'imprimerie et la distribution d'étuis, coffrets, cartons, fabricant de caisses bois, spécialisé dans l'emballage du vin, (4.500 clients, 17 M€ de chiffre d'affaires en 2015) a signé, ce jour, l'acquisition de la société Cartex, qui a 24 ans d'existence et compte 17 salariés. Implantée à Fléac, en Charente-Maritime (2.5 M€ de chiffre d'affaires), la société Cartex est spécialisée dans la transformation de carton ondulé.



Sarah Escat, Dirigeante de Mauco

LA VIE DES ENTREPRISES

ASET-BIDOIT DEVIENT INESSENS

Aset-Bidoit, imprimeur d'étiquettes de vin, change de nom pour devenir Inessens. Il améliore son équipement grâce à des caméras de contrôle et développe son activité en se lançant dans l'impression numérique sur un nouveau site près de Bordeaux.



INVESTISSEMENT
& INDÉPENDANCE

NOVATEURS
& NATURELLEMENT À L'ÉCOUTE

ENGAGÉS & EXIGEANTS

SAVOIR FAIRE
& SOLUTIONS D'IMPRESSION

SIMPLICITÉ & SÉRIEUX

ETHIQUE & RECHERCHE
DE L'EXCELLENCE

NOUVEAUX SERVICES
INNOVANTS
& NOTABLEMENT DIFFÉRENTS

SENS DU PARTAGE,
SATISFACTION DE NOS CLIENT
& ET DE NOS COLLABORATEURS

COGNAC EMBALLAGE SERVICES

2 PROJETS MAJEURS QUI VONT DESSINER L'AVENIR DE NOTRE ENTREPRISE :

- Nouveaux locaux

Déménagement dans des nouveaux locaux d'une surface de 1300 m² équipés d'un quai de chargement, une zone de stockage matière et une zone atelier séparées, des nouveaux postes de travail pensés pour l'ergonomie et la sécurité des employés.

- Mise en place d'un logiciel ERP

Mise en place un système informatique de gestion globale de l'entreprise dit «ERP» (Enterprise Resource Planning) qui permettra de gérer en lien la partie commerciale, la production, les stocks, le planning, les gammes de fabrication, les nomenclatures des articles, les ordres de fabrication, les achats...



PAPCART : EXPERT EN SOLUTIONS EMBALLANTES

À la veille de son 70^{ème} anniversaire, PAPCART Packaging entend conserver son avance et lance un plan de réorganisation industrielle accompagné d'investissements innovants et performants.

En 2015, les nouveautés ont concerné la finition et le conditionnement :
- Une housseuse de film thermorétractable, conçue et fabriquée en France par THIMON, permet de livrer des palettes à la fois solides, esthétiques et écologiques.

- Un système d'encaissage automatique Virtu, créé et produit par les canadiens IMPACK. Ce périphérique, couplé à une plieuse - colleuse grand format pour ondulé, améliore la productivité et réduit la pénibilité du travail. C'est la première machine de ce type installée en France.

De nouvelles évolutions en termes de flux et matériels de production sont en cours. PAPCART, concepteur et fabricant d'emballages en carton compact et ondulé installé près de Nantes et en Charente, poursuit ainsi sa croissance et conforte son image de marque de créativité, qualité, compétence et réactivité développée au fil des ans.

A LA UNE

UN SAC EN PAPIER... LAVABLE

Monro Europe présentera son innovation au salon Pack & Gift.

Il est lavable. Pourtant, ce sac n'est ni en coton ni en polypropylène, mais en papier ! Face à un marché qui réclame de plus en plus des conditionnements à usage multiple, Monro Europe présentera lors du salon Pack & Gift, les 15 et 16 juin 2016, à Paris, un sac fabriqué à partir de pulpe de bois. Le papier, ni vernis ni pelliculé, est traité comme le serait du cuir : étiré et tanné, pour le rendre résistant au lavage. Doux et solide, il combine la performance du kraft à la résistance du textile, selon son concepteur. S'il peut être mis dans la machine à laver à température moyenne, ce sac ne passe pas au sèche-linge ! Il suffit de le laisser sécher à plat pour qu'il reprenne sa forme d'origine. Le sac peut être imprimé en sérigraphie sans limite du nombre de couleurs. L'entreprise présentera également lors du salon un vernis pour papier offrant les mêmes qualités de résistance et de protection qu'un pelliculage mais respectueux de l'environnement et recyclable.

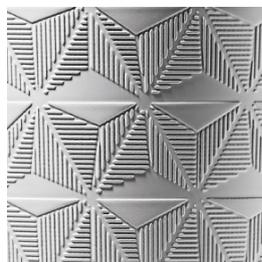
Monro Europe est une filiale de Monro Ltd, spécialisé dans les emballages promotionnels en papier, carton, plastique ou textile. Elle réalise un chiffre d'affaires annuel de 30 millions d'euros et possède des usines en Asie et en Europe.



SAVERGLASS ART & TOUCH® BY SAVERGLASS

ART & TOUCH® by Saverglass change la vision de la décoration en relief, ouvre le champ des possibles et marque le début d'une nouvelle ère dans la gravure de motifs tridimensionnels sur verre : une ère où tout devient possible.

Finesse extrême des motifs et des décors, profondeur des graphismes et reliefs : ART & TOUCH® pique la créativité et exalte l'imaginaire pour que vos rêves de différenciation et de valorisation deviennent réalité.



A LA UNE

UN POT À POIGNÉE CHEZ COVERIS

Le fabricant d'emballages en plastique COVERIS lance la gamme Hyacinth. Une gamme de pots thermoformés avec poignée. Cette solution est particulièrement destinée à la consommation nomade de salades, fruits, pop-corn, produits traiteur... Selon le fabricant d'emballages en plastique, ces pots transparents, en polyéthylène téréphtalate (PET), sont 20% plus légers que leurs homologues injectés sur le marché. Proposés dans les formats 500 et 750 ml, avec opercule refermable, ils sont disponibles dans toute l'Europe. Il est également possible d'ajouter des événements sur le pot de même que sur l'opercule pour conserver la fraîcheur des fruits et des légumes.



PIZZA HUT PRÉDÉCOUPE LE COUVERCLE

L'enseigne a imaginé une boîte plus pratique.

Pizza Hut sert plus de six millions de pizzas chaque année. Pour permettre à ses clients de « recevoir leurs amis sans contrainte », l'enseigne a imaginé une boîte très pratique avec un couvercle prédécoupé intégré. Celui-ci se transforme en plusieurs supports de parts « pour savourer sa pizza sans se soucier de la vaisselle ». Pizza Hut avait identifié ce besoin à la suite d'une étude auprès de ses clients. Le développement a été mené à bien avec le concours de Smurfit Kappa, aux Pays-Bas, « avec plusieurs essais pour définir les bonnes dimensions de chaque support en fonction de la taille de la boîte », précise un porte-parole. La création du décor a été réalisée ensuite par l'agence Monsieur White. Cette boîte est disponible dès à présent.

Pizza Hut dispose de plus de 13000 restaurants et points de livraison à travers le monde. En France, l'enseigne compte 120 restaurants, emploie près de 3000 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 66 millions d'euros.



TOUT NOUVEAU, TOUT BEAU... CAILLOU !

La société Jean-Eugène Borie SA vient d'opter pour le D.calage© pour son vin « La Croix Beaucaillou ». Il s'agit d'un nouveau système de calage en carton, entièrement conçu par le bureau design et développement technique d'Adam. Cette innovation possède des atouts indéniables : fonctionnalité, esthétique et coût. Une alternative créative de qualité entre un calage alvéole carton et la guillotine en bois.

www.adampack.com



A LA UNE

L'EMBALLAGE DE BOMBAY SAPPHIRE PARLE GRÂCE À UN HOLOGRAMME

Une idée originale pour se démarquer sur le marché des alcools.

Le nouvel emballage du gin Bombay Sapphire devait marquer l'esprit des barmans. Pour cela, la marque du groupe Bacardi sort une édition limitée de sa bouteille bleue avec un message holographique. Cette bouteille à destination des bars laisse ainsi «l'Esprit parler de lui-même», selon les créateurs.

L'agence allemande de communication BBDO Düsseldorf, conceptrice de cet emballage original, souhaitait distinguer la marque sur un marché de plus en plus concurrentiel en visant ceux qui travaillent derrière le comptoir.

Avec l'agence de design d'entreprise allemande, Peter Schmidt Group, elle a mis au point un procédé relativement simple pour un résultat, qui, bien que pas vraiment holographique, est tout à fait bluffant.

Pour faire apparaître cet hologramme - une femme enchantresse dansant dans des volutes de tissus, une couche de Plexiglas a été disposée en biais devant la bouteille dans son emballage carton. Il suffit de diffuser la vidéo conçue pour cette expérience en utilisant un smartphone placé à l'emplacement prévu, sur le côté du coffret en carton. L'image diffusée se reflète et semble être au cœur de la bouteille.

<https://youtu.be/kUUcuzMsWwk>

MUMM GRAND CORDON

La maison de champagne MUMM a collaboré avec le verrier Verallia pour la dernière cuvée Mumm Cordon Rouge.

Pour son 140^e anniversaire, la marque a voulu casser les codes traditionnels tout en valorisant le célèbre cordon rouge.

Cette nouvelle création est signée par le britannique Ross Lovegrove, spécialiste du design organique.

Le résultat est inédit et très épuré avec une mise en avant de l'emblème de la marque.



LA PRESSE EN PARLE

LES SACS EN PLASTIQUES, C'EST FINI !

Les sacs en plastique à usage unique seront interdits aux caisses en janvier 2017. Dès le 1er juillet prochain, une première mesure limitant leur usage entre en vigueur. Objectif : réduire les impacts environnementaux liés à la production et à la distribution de ces sacs.

UN DISPOSITIF EN DEUX TEMPS

5 milliards de sacs en plastique à usage unique sont distribués en caisse chaque année en France. Utilisés quelques minutes, ils mettent plusieurs centaines d'années à se dégrader et sont ingérés par les animaux marins et les oiseaux. Face à l'urgence environnementale, la loi sur la transition énergétique et la croissance verte du 17 août 2015 met fin à la mise à disposition, à titre onéreux ou gratuit, des sacs de caisse en plastique à usage unique destinés à l'emballage de marchandises au point de vente.

Un décret publié le 31 mars 2016 précise les modalités de mise en œuvre de cette mesure :

- **dès le 1^{er} juillet 2016**, les sacs en plastique d'épaisseur inférieure à 50 micromètres seront interdits aux caisses des magasins, sans considération de volume. En échange, les consommateurs se verront proposer des sacs en plastique réutilisables (de plus de 50 micromètres) ou des sacs en papier, en carton ou en tissu ;
- **à partir du 1^{er} janvier 2017**, l'interdiction sera étendue aux sacs en plastique de moins de 50 micromètres d'épaisseur non compostables, destinés à l'emballage de marchandises au point de vente autres que les sacs de caisse, notamment les sacs distribués en rayon, ainsi qu'aux emballages en plastique non biodégradables et non compostables, pour l'envoi de la presse et de la publicité (mise sous blister),

Source : www.developpement-durable.gouv.fr

TOUS LES COMMERCES SONT CONCERNÉS

La loi vise aussi bien les supermarchés que les marchés en plein air (brocantes et vide-greniers compris) ou les commerces de proximité (boulangerie, épicerie, pharmacie, station-service...).

Les sacs en plastique utilisés par les bouchers, charcutiers, traiteurs, poissonniers, boulangers... sont-ils concernés par l'interdiction ?

Les sacs qui sont utilisés pour emballer une denrée alimentaire en vrac, c'est-à-dire les sacs qui sont directement en contact avec la denrée, ne sont pas considérés comme des sacs de caisse. Ils sont donc concernés par l'obligation entrant en vigueur au 1^{er} janvier 2017. En revanche, si les sacs sont utilisés pour emballer un ou plusieurs produits déjà emballés (que ce soient dans des sacs en plastique ou dans d'autres types d'emballages, comme les barquettes, les pochettes plastiques, les pochettes papiers, les sacs papiers, etc), ils sont considérés comme des sacs de caisse, et sont donc interdits à compter du 1^{er} juillet 2016 si leur épaisseur est inférieure à 50 micromètres.

En cas de non-respect de cette interdiction, le contrevenant peut être mis en demeure de respecter la réglementation. S'il passe outre, il est passible des sanctions administratives et/ou des sanctions pénales prévues par le Code de l'environnement, soit deux ans d'emprisonnement et 100 000 euros d'amende.

A noter qu'en 2020, ce sera au tour de la vaisselle jetable en plastique (gobelets, verres et assiettes jetables) d'être interdite, sauf si elle est constituée de matières bio sources.



LA PRESSE EN PARLE

LA TONNELLERIE REPART À LA HAUSSE

EN 2015, L'ACTIVITÉ A PROGRESSÉ
DE 8% EN VOLUME ET DE 10% EN
VALEUR EN FRANCE.



Après deux exercices stables, la tonnellerie française a enregistré une hausse de son activité en 2015. Les membres de la Fédération des tonneliers de France (FTF) ont produit 592 300 fûts pour un chiffre d'affaires de 391 millions d'euros, soit une augmentation de 8,3% en volume et de 10% en valeur. L'activité est toujours très internationalisée : 64% de ces fûts ont été exportés, ce qui génère 68% des revenus. Mais elle est aussi très concentrée autour de cinq pays qui représentent 80% du marché mondial. La France reste le premier marché en volume devant les Etats-Unis, et l'Espagne arrive désormais en troisième position, devant l'Australie et l'Italie. « La régression des marchés de l'hémisphère sud observée depuis plusieurs années se poursuit et se justifie par des raisons essentiellement économiques ; le marché asiatique est quant à lui toujours instable », note la FTF dans un communiqué. Concernant le marché américain, des ventes de vin en croissance couplées à un cours du dollar favorable ont incité les viticulteurs à investir davantage. « Cette embellie a conduit les entreprises du secteur à recruter, avec une hausse des effectifs de 5% relevée sur la période », souligne encore la FTF. Les tonneliers regrettent cependant que le prix de la matière première n'ait jamais été « aussi élevé » et « pèse lourdement sur la marge de leurs entreprises ».

ACTUALITES ACTIONS SALONS



**14 – 17 NOVEMBRE 2016
PARIS NORD VILLEPINTE**

Atlanpack co-organise avec le réseau Breizpack, un espace collectif identifié France Emballage de 300 m² positionné dans le hall 5 limite hall 6.

La société CEE Schisler ainsi que le Laboratoire IANESCO ont de nouveau fait confiance à Atlanpack pour les accompagner à Emballage.



Mondial des Equipements et Services des Filières Viti-Vinicole

**29 – 30 NOV. AU 1ER DEC. 2016
PARC DES EXPOSITIONS DE BORDEAUX**

Atlanpack organise un espace collectif de 40 m², 4 faces ouvertes dans le Hall 1 Emballage Conditionnement, avec 4 ou 6 co exposants.

**SI VOUS ÊTES INTÉRESSÉ(E) POUR PARTICIPER
À UNE OU PLUSIEURS MANIFESTATIONS,
CONTACTER VIRGINIE LE VEN AU 05.45.36.30.24 OU
V.LEVEN@ATLANPACK.COM**

AGENDA

FRANCE QUINTESSENCE 2016

11/12 SEPTEMBRE

PAVILLON LEDOYEN - PARIS

Salon exclusivement dédié aux eaux-de-vie et aux liqueurs françaises.

www.france-quintessence.fr

LUXE PACK 2016

21/23 SEPTEMBRE

ESPACE GRIMALDI - MONTE CARLO - MONACO

Salon de l'emballage des produits de Luxe.

www.luxepack.com

WHISKY LIVE PARIS 2016

24-26 SEPTEMBRE

CITÉ DE LA MODE ET DU DESIGN - PARIS

Le grand rendez-vous annuel des amateurs de whisky & spiritueux fins.

www.whiskylive.fr

BULLETIN D'ADHÉSION 2016

PENSEZ A VOS COTISATIONS ... !

Nous vous remercions pour votre soutien,
votre engagement et votre implication dans la réussite
de tous les projets développés
par Atlanpack au service de la filière emballage !

Bulletin d'adhésion ci-dessous

ILS NOUS ONT REJOINTS EN 2016 :

A2C – Charente Packaging
Linea Colles Industrielles
Capac – Imprimerie Valantin

BULLETIN D'ADHÉSION

2016



Un réseau & des services – 4 raisons d'adhérer

Animation

Atlanpack représente les intérêts spécifiques de développement de la branche professionnelle : une activité qui concentre sur la grande région ALPC 25 000 emplois, 700 entreprises et 4 milliards d'euros de chiffres d'affaires

Accompagnement

Atlanpack effectue des expertises, réalise des études de préféabilité sur des innovations en matière d'emballage et accompagne vos projets d'innovation inter filières (IAA, Luxe, Vins et Spiritueux, Santé... Recyclage, Matériaux,..).

Ressource

Atlanpack effectue une veille marketing et technologique permanente du secteur de l'emballage - conditionnement et édite une lettre d'information à partir d'une revue de presse, couvrant le besoin d'informations des adhérents.

Promotion

Atlanpack organise des manifestations et des salons professionnels, occasions pour ses adhérents de partager des expériences, de valoriser leur savoir-faire, de concrétiser des partenariats et de développer des ventes.

Oui, j'adhère à ATLANPACK (cochez le profil de votre entreprise)

- Entreprise CA < 10 M€ ➔ 540 € TTC**
- Entreprise CA > 10 M€ ➔ 1080 € TTC**
- Centre technique, organisme ➔ 240 € TTC**

Non, je ne souhaite pas adhérer à Atlanpack

Formulaire de renseignements

Raison Sociale :

Adresse :

CP – VILLE

Site web : E-mail :

Contact :

Fonction Tel :

Activité :